PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei Pada Masyarakat Pengguna Produk Lampu LED Philips Di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

INDA PUTRI PERMATASARI
20210510316

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei Pada Masyarakat Pengguna Produk Lampu LED Philips di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

INDA PUTRI PERMATASARI

20210510316

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan,

Susunan Dosen Penguji :

Penguji I,	Penguji II,	Penguji III,
Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si	**Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M**	**Winda Oktaviani, S.E., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 41010910251**	**NIK. 410108880250**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei Pada Masyarakat Pengguna Produk Lampu LED Philips di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh:
Inda Putri Permatasari
20210510316

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. H. Iskandar, M.M	**Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M**
NIP. 196205081987031003	**NIK. 41010910251**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Kepala Program Studi Manajemen,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.	**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy.**
NIK. 41038971054	**NIK. 41038091296**

PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillahirrahmanirrahim

Saya bertanda tangan dibawah ini, nama **INDA PUTRI PERMATASARI,** Nomor Induk Mahasiswa **20210510316** menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN DAN GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING" (Survei Pada Masyarakat Pengguna Produk Lampu LED Philips di Kabupaten Kuningan),** beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan,-Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Inda Putri Permatasari

NIM : 20210510316

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"…Maka sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan,Sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan…"
(QS Al-Insyirah: 5-6)

"Bila esok nanti kau sudah lebih baik, jangan lupakan masa-masa sulitmu, ceritakan kembali pada dunia, caramu merubah peluh jadi senyuman."
(Andmesh Kamaleng)

PERSEMBAHAN

"Tiada lembar paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, kakakku, keluarga besar, dan sahabat yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini."

ABSTRAK

INDA PUTRI PERMATASARI. 20210510316. 2025. "Pengaruh Kesadaran Lingkungan Dan *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Masyarakat Pengguna Produk Lampu LED Philips Di Kabupaten Kuningan)". Skripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Kuningan, Pembimbing I : Dr. H. Iskandar, M.M. Pembimbing II : Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan terkait pengaruh kesadaran lingkungan, green marketing terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (survei pada masyarakat pengguna produk lampu LED Philips di Kabupaten Kuningan). Metode penelitian ini yang digunakan penulis dalam penelitian adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna produk lampu LED Philips di Kabupaten Kuningan dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu pada penelitian yang dilakukan. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 170 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode survey dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* dan pengukurannya menggunakan skala *interval*. Teknik analis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). Hasil pengujian hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) Kesadaran Lingkungan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan signifikan. (2) *Green Marketing* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan signifikan. (3) Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif terhadap Citra Merek dan signifikan. (4) *Green Marketing* berpengaruh positif terhadap Citra Merek dan signifikan. (5) Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan signifikan. (6) Citra Merek tidak memediasi pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian. (7) Citra Merek memediasi pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kesadaran Lingkungan, *Green Marketing*, Keputusan Pembelian, Citra Merek.

ABSTRACT

INDA PUTRI PERMATASARI. 20210510316. 2025. ***"The Influence of Environmental Awareness and Green Marketing on Purchase Decisions with Brand Image as an Intervening Variable (A Survey of Philips LED Lamp Users in Kuningan Regency)." Undergraduate Thesis, Management Study Program, Universitas Kuningan. Advisor I:*** **Dr. H. Iskandar, M.M.** ***Advisor II:*** **Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.**

The purpose of this study was to answer questions regarding the influence of environmental awareness and green marketing on purchase decisions, with brand image as an intervening variable (a survey conducted among users of Philips LED lamp products in Kuningan Regency). The research method used in this study was a descriptive-verificative method with a quantitative approach. The population consisted of users of Philips LED lamp products in Kuningan Regency. The sampling technique used was purposive sampling, where the samples were selected based on specific considerations and criteria relevant to the study. The total number of respondents in this study was 170. The data were collected through a survey using a questionnaire distributed via Google Forms, and the measurements were conducted using an interval scale. The data analysis technique employed was Structural Equation Modeling (SEM).The results of hypothesis testing showed that: (1) Environmental awareness had a significant influence on purchase decisions. (2) Green marketing had a positive and significant influence on purchase decisions. (3) Environmental awareness had a positive and significant influence on brand image. (4) Green marketing had a positive and significant influence on brand image. (5) Brand image had a positive and significant influence on purchase decisions. (6) Brand image did not mediate the influence of environmental awareness on purchase decisions. (7) Brand image mediate the influence of green marketing on purchase decisions.

Keywords: Environmental Awareness, Green Marketing, Purchase Decision, Brand Image.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingg dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada jungjungan Nabi kita Muhammad SAW kepada para sahabatnya, kepada keluarganya, sahabat dan tidak lupa kepada kita selaku umatnya yang Insya Allah taat pada ajaran agama dan senantiasa mengamalkannya. Adapun judul skripsi yang peneliti ambil adalah "Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening" (Survei Pada Masyarakat Pengguna Lampu LED Philips Di Kabupaten Kuningan)

Penulis ini sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi mi masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Semoga skripsi ini memenuhi syarat dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penyusunan Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kuningan.

Kuningan, Mei 2025

Inda Putri Permatasari
NIM: 20210510316

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat- Nya penyusunan skripsi ini telah selesai. Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari semua pihak. Terima kasih yang sebesar-besarnya tak lupa penulis sampaikan kepada :

1. Kedua orang tua saya Ibu Kusni dan bapak Sahari yang selalu mendoakan, telah memberikan semangat yang besar untuk penulis dengan berbagai cobaan kehidupan yang harus dihadapi penulis untuk dilewati tapi dengan kuatnya doa dan dukungan beliau apa yang tidak mungkin menjadi mungkin, sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih bapak dan ibuku tercinta atas semua jasa dan perjuanganmu untuk penulis bias mendapatkan gelar sarjana.
2. Dr. H. Iskandar, M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Rina Masruroh S. E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Ibu Nurul Siti Jahidah S.P., M.E., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan motivasi serta semangat selama perkuliahan ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

9. Tata Kustara, Oman Romansah, Ehon Burhanudin, dan Memen Lukmana, selaku kakak tercinta dari penulis yang selalu memberikan dukungan doa, serta motivasi untuk penulis dalam memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Ira Puspita Sari, Syifa, dan kakak ipar serta ponakan selaku keluarga yang selalu memberikan dukungan, semangat motivasi dan masukan dikala penulis tidak sanggup dalam mengerjakan skripsi dan senantiasa mengajak penulis pergi untuk hiburan.
11. Dewi Susilawati, selaku sahabat dari penulis yang memberikan dukungan, semangat, pengalaman, hiburan, waktu dan ilmu yang dijalani selama perkuliahan ini sehingga penulis bisa menyelesaikan studinya. Terimakasih telah menjadi pendengar dan selalu mengulurkan tangan, memberikan pundaknya, selalu memahami serta menemani di segala situasi dan kondisi penulis.
12. Vika Aulia, Hilda, Ega, Ii Ratnasari, Aqib, selaku teman yang membantu dan menghibur penulis dalam mengerjakan skripsi serta memberikan semangat, motivasi kepada penulis untuk selalu maju dan percaya diri dalam segala situasi.
13. Teman-teman Manajemen I yang saling membantu, susah senang penulis dalam menyelesaikan skripsi, terima kasih atas kenangan yang telah diberikan kepada penulis.
14. Pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Kuningan Mei 2025

Inda Putri Permatasari
NIM : 20210510316

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTO DAN PESEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK……..……...……..i

ABSTRACT……....ii

UCAPAN TERIMA KASIH……..……...…iv

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI……..... vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... x

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Tujuan Penelitian..... 10

1.4 Manfaat Penelitian..... 11

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS…….. 12

2.1 Landasan Teori 12

2.1.1 Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)..... 12

2.1.2 Keputusan Pembelian 13

2.1.3 Kesadaran Lingkungan..... 21

2.1.4 Green marketing 25

2.1.5 Citra Merek 32
2.1.6 Penelitian Terdahulu 35
2.1.7 Hubungan Antar Variabel 40
2.2 Kerangka Berpikir 44
BAB III METODE PENELITIAN 45
3.1 Metode Penelitian 45
3.2 Operasional Variabel 46
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 50
3.3.1 Populasi 50
3.3.2 Sampel 50
3.4 Jenis dan Sumber Data 51
3.4.1 Jenis Data 51
3.4.2 Sumber Data 51
3.5 Teknik Pengumpulan Data 52
3.6 Uji Instrumen 53
3.6.1 Uji Validitas 53
3.6.2 Uji Reliabilitas 56
3.7 Teknik Analisis Data 57
3.7.1 Analisis Deskriptif 57
3.7.2 Uji SEM (Structural Equation Modelling) 58
3.7.3 Proses Analisis SEM 59
3.8 Pengujian Hipotesis 70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ……..71
4.1 Hasil Penelitian 71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 71

4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden..... 73

4.1.3 Analisis Deskriptif..... 75

4.1.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Models 85

4.1.5 Pengujian Asumsi SEM..... 93

4.1.6 Pengujian Hipotesis..... 100

4.2 Pembahasan..... 103

4.2.1 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian…….. ..... …103

4.2.2 Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian104

4.2.3 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Citra Merek.….105

4.2.4 Pengaruh *Green Marketing* terhadap Citra Merek 106

4.2.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..... 107

4.2.6 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek..... 109

4.2.7 Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek..... 109

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN …….……112

5.1 Kesimpulan..... 112

5.2 Saran..... 114

DAFTAR PUSTAKA…….....118

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Lampu Hemat Energi.....…2
Tabel 1. 2 Hasil Pra-survei 30 Responden Pengguna LED Philips……..…....3
Tabel 1. 3 Data Penjualan Lampu LED…….……...5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu……..……..……...35
Tabel 3. 1 Operasional Variabel…….……48
Tabel 3.2 Model Pengukuran…….…….62
Tabel 3.3 Kriteria *Goodness Of Fit Model*……..…....*63*
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin…….....73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia…….…...74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan……...…..74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan……75
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif……....75
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Factor Konfirmatori Variabel Eksogen…….…….....86
Tabel 4.7 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Regression……87
Tabel 4.8 Hasil Kelayakan Setelah Modifikasi Variabel Endogen……..……..89
Tabel 4.9 Regresion Weight Analsisi konfirmatori Variabel Endogen……..90
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Kelayakan sebelum modifikasi full model ……....91
Tabel 4.11 Hasil pengujian kelayakan setelah modifikasi full model……92
Tabel 4.12 Assesment of Normality……93
Tabel 4.13 Evaluasi Outliers……..……95
Tabel 4.14 Uji Validitas…….....97
Tabel 4.15 Uji Reliability Construct dan Variance Extract……...…98
Tabel 4.16 Uji Hipotesis……..…..……100
Tabel 4.17 Pengaruh Tidak Langsung Standardized Indirect Effect…….102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sub Kategori Lampu Hemat Energi…….……2

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir……...……44

Gambar 3.1 Skala Pengukuran Interval……..53

Gambar 3.2 Diagram Alur SEM AMOS……..……..61

Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen Sebelum Modifikasi……..….85

Gambar 4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen Setelah Modifikasi……....86

Gambar 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Endogen Sebelum Modifikasi…….88

Gambar 4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Endogen Setelah Modifikasi……88

Gambar 4.5 Analisis Full Model sebelum modifikasi…….91

Gambar 4.6 Analisis Full Model setelah modifikasi……..93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	:	Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
		Berita Acara Bimbingan Skripsi
		Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan
Lampiran II	:	Surat Pengantar Kuesioner
		Kuesioner
Lampiran III	:	Hasil Olah Data SEM AMOS
Lampiran IV	:	Daftar Riwayat Hidup